

# 2020年中国办公用品市场调研报告- 市场现状调查与未来商机预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国办公用品市场调研报告-市场现状调查与未来商机预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/517076517076.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

办公用品，是指人们在日常工作中所使用的辅助用品，主要被应用于企业单位。文件档案用品、桌面用品、办公设备、财务用品、耗材等一系列与工作相关的用品都属于办公用品，其涵盖的种类相当广泛。近年来，我国办公用品市场规模稳步上升，2018年达到1.9万亿元，较2017年增加了1.6千亿元，同比增长9.2%；预计到2020年，我国办公用品市场规模将达到2.26亿元。

2016-2020中国办公用品市场规模及预测 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，自2015年来，我国限额以上(企业)单位文化办公用品类零售值呈现先上升后下降的趋势，到2017年零售值达到3661亿元，同比增长10.74%；到2019年文化办公用品类零售值为3228亿元，同比下降1.1%；2020年1-8月，我国限额以上(企业)单位文化办公用品类零售值有所回升，达到2062.3亿元，较去年同期增长1.81%。

2015-2020年1-8月中国限额以上(企业)单位文化办公用品类零售值及同比增长

数据来源：国家统计局

从价格指数上来看，2019年8月中国文化办公用品类商品零售价格指数仅为99.7；到2020年3月指数升至近期最高点100.4，然后逐步下降；到2020年7月价格指数份降至99.8；8月份有所上升，文化办公用品类商品零售价格指数回升至100。

2019-2020年8月中国文化办公用品类商品零售价格指数(上月=100) 数据来源：国家统计局

按产品类型划分，我国办公用品主要包括消耗类办公用品、资产设备类办公用品、员工福利用品以及MRO标准产品。其中资产设备类办公用品市场空间最大，约为15000亿元，主要包括办公设备、电脑及配件、办公电器、办公家具和数码通讯设备；消耗类办公用品包含了办公耗材、办公文具和办公用纸，与MRO标准产品市场空间一致，均为5000亿元左右；员工福利用品市场空间为2000亿元左右。

中国办公用品不同品类及市场空间

主要种类

市场空间（亿元）

细分种类

主要商品品类

消耗类办公用品

5000

办公耗材

打印机/传真机耗材、复合机耗材、印刷机耗材等

办公文具

本册纸品、文件管理、财务行政用品等

办公用纸

打印纸、复印纸、艺术纸等

资产设备类办公用品

15000

办公设备

打印机、复印机及印刷机、财务设备、会议设备等

电脑及配件

电脑整机、外设产品、网络设备等

办公电器

生活家电等

办公家具

储物柜、桌台、座椅等

数码通讯设备

景像设备、影像配件、通讯设备等

员工福利用品

2000

福利定制

办公礼品、节庆礼品、印刷品等

MRO标准产品

5000

MRO标准产品

电气设备、仪器仪表、照明设备、安防用品、消防工具等 数据来源：公开资料整理

2019年，中国办公用品品牌主要有得力DELI、齐心COMIX、Staples史泰博、EasyBuy易优百、OfficeDepot欧迪、办公伙伴OfficeMate、科力普COLIPU等。目前，中国办公用品行业正在朝产业化、规模化方向发展，其产品品质逐渐具备国际市场竞争力。

2019年中国十大办公用品品牌

序列

品牌

企业名称

1

得力DELI

得力集团有限公司

2

齐心COMIX

深圳齐心集团股份有限公司

3

Staples史泰博

史泰博(上海)有限公司

4

EasyBuy易优百

国誉商业(上海)有限公司

5

OfficeDepot欧迪

欧迪办公网络技术有限公司

6

办公伙伴OfficeMate

欧菲斯办公伙伴控股有限公司

7

科力普COLIPU

上海晨光文具股份有限公司

8

真彩TrueColor

真彩文具股份有限公司

9

志诚泰和techhero

北京志诚泰和信息科技股份有限公司

10

赛格立诺

北京赛格立诺办公科技股份有限公司 数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国办公用品市场调研报告-市场现状调查与未来商机预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国办公用品行业发展概述

#### 第一节 办公用品行业发展情况概述

- 一、办公用品行业相关定义
- 二、办公用品行业基本情况介绍
- 三、办公用品行业发展特点分析

#### 第二节 中国办公用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、办公用品行业产业链条分析
- 三、中国办公用品行业上游环节分析
- 四、中国办公用品行业下游环节分析

#### 第三节 中国办公用品行业生命周期分析

- 一、办公用品行业生命周期理论概述
- 二、办公用品行业所属的生命周期分析

#### 第四节 办公用品行业经济指标分析

- 一、办公用品行业的赢利性分析
- 二、办公用品行业的经济周期分析
- 三、办公用品行业附加值的提升空间分析

## 第五节 中国办公用品行业进入壁垒分析

- 一、办公用品行业资金壁垒分析
- 二、办公用品行业技术壁垒分析
- 三、办公用品行业人才壁垒分析
- 四、办公用品行业品牌壁垒分析
- 五、办公用品行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球办公用品行业市场发展现状分析

### 第一节 全球办公用品行业发展历程回顾

### 第二节 全球办公用品行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲办公用品行业地区市场分析

- 一、亚洲办公用品行业市场现状分析
- 二、亚洲办公用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲办公用品行业市场前景分析

#### 第四节 北美办公用品行业地区市场分析

- 一、北美办公用品行业市场现状分析
- 二、北美办公用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美办公用品行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟办公用品行业地区市场分析

- 一、欧盟办公用品行业市场现状分析
- 二、欧盟办公用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟办公用品行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界办公用品行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球办公用品行业市场规模预测

## 第三章 中国办公用品产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品办公用品总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国办公用品行业政策环境分析

## 一、行业监管体制现状

## 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国办公用品产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 中国办公用品行业运行情况

### 第一节 中国办公用品行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

#### 四、行业发展动态

### 第二节 中国办公用品行业市场规模分析

### 第三节 中国办公用品行业供应情况分析

### 第四节 中国办公用品行业需求情况分析

### 第五节 中国办公用品行业供需平衡分析

### 第六节 中国办公用品行业发展趋势分析

## 第五章 中国办公用品所属行业运行数据监测

### 第一节 中国办公用品所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国办公用品所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国办公用品所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析



## 四、行业发展能力分析

### 第六章 2017-2020年中国办公用品市场格局分析

#### 第一节 中国办公用品行业竞争现状分析

##### 一、中国办公用品行业竞争情况分析

##### 二、中国办公用品行业主要品牌分析

#### 第二节 中国办公用品行业集中度分析

##### 一、中国办公用品行业市场集中度分析

##### 二、中国办公用品行业企业集中度分析

#### 第三节 中国办公用品行业存在的问题

#### 第四节 中国办公用品行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国办公用品行业竞争力分析

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

#### 第六节 产业结构发展预测

##### 一、产业结构调整指导政策分析

##### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

##### 三、中国办公用品行业参与国际竞争的战略市场定位

##### 四、产业结构调整方向分析

### 第七章 2017-2020年中国办公用品行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国办公用品行业消费者基本情况

#### 第二节 中国办公用品行业消费者属性及偏好调查

#### 第三节 办公用品行业成本分析

#### 第四节 办公用品行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、其他因素

#### 第五节 中国办公用品行业价格现状分析

#### 第六节 中国办公用品行业平均价格走势预测

##### 一、中国办公用品行业价格影响因素

##### 二、中国办公用品行业平均价格走势预测

### 三、中国办公用品行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国办公用品行业区域市场现状分析

### 第一节 中国办公用品行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区办公用品市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区办公用品市场规模分析

##### 四、华东地区办公用品市场规模预测

#### 第三节 华北地区市场分析

##### 一、华北地区概述

##### 二、华北地区经济环境分析

##### 三、华北地区办公用品市场规模分析

##### 四、华北地区办公用品市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

##### 二、华南地区经济环境分析

##### 三、华南地区办公用品市场规模分析

##### 四、华南地区办公用品市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国办公用品行业竞争情况

### 第一节 中国办公用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国办公用品行业SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国办公用品行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

## 第十章 办公用品行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

### 第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

### 第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

#### 第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

#### 第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

#### 第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国办公用品行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国办公用品行业未来发展前景分析

- 一、办公用品行业国内投资环境分析
- 二、中国办公用品行业市场机会分析
- 三、中国办公用品行业投资增速预测

#### 第二节 中国办公用品行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国办公用品行业市场发展预测

- 一、中国办公用品行业市场规模预测
- 二、中国办公用品行业市场规模增速预测
- 三、中国办公用品行业产值规模预测
- 四、中国办公用品行业产值增速预测
- 五、中国办公用品行业供需情况预测

#### 第四节 中国办公用品行业盈利走势预测

- 一、中国办公用品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国办公用品行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国办公用品行业投资机遇、风险与营销分析

### 第一节 办公用品产业投资面临的机遇

- 一、政策机遇
- 二、技术创新机遇
- 三、市场机遇
- 四、其他机遇

### 第二节 办公用品行业投资风险分析

- 一、办公用品行业政策风险分析
- 二、办公用品行业技术风险分析
- 三、办公用品行业竞争风险分析
- 四、办公用品行业其他风险分析

### 第三节 办公用品行业企业经营发展分析及建议

- 一、办公用品行业经营模式
- 二、办公用品行业销售模式
- 三、办公用品行业创新方向

### 第四节 办公用品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国办公用品行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国办公用品行业品牌战略分析

- 一、办公用品企业品牌的重要性
- 二、办公用品企业实施品牌战略的意义
- 三、办公用品企业品牌的现状分析
- 四、办公用品企业的品牌战略
- 五、办公用品品牌战略管理的策略

### 第二节 中国办公用品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国办公用品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第十四章 2021-2026年中国办公用品行业发展策略及投资建议

##### 第一节 中国办公用品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

##### 第二节 中国办公用品行业定价策略分析

##### 第三节 中国办公用品行业营销渠道策略

- 一、办公用品行业渠道选择策略
- 二、办公用品行业营销策略

##### 第四节 中国办公用品行业价格策略

##### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国办公用品行业重点投资区域分析
- 二、中国办公用品行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/517076517076.html>